

HarbourClub

Christoph Sieder ist PR-Manager des Jahres

ABB-Kommunikationschef und HarbourClub-Mitglied Christoph Sieder wurde am 27. Juni im Verlag Rommerskirchen als PR-Manager des Jahres 2018 ausgezeichnet. Ungewöhnlich daran. Der Verwaltungsratspräsident des Weltkonzerns mit 147000 Mitarbeitenden, Peter Voser, hielt die Laudatio: Wir veröffentlichen sie hier gerne in einer leicht gekürzten Version.

Text: **Peter Voser** Bild: **zVg**

Heute ist PR – wenn sie erfolgreich sein soll – so global wie die Unternehmen selbst. Und das bedeutet: gleiche Inhalte zum gleichen Zeitpunkt rund um die Welt zu kommunizieren. Aber, und das ist das Wichtige dabei: Manchmal geht es darum, dafür eine einheitliche Kommunikationsform zu finden, die überall auf der Welt funktioniert. Manchmal geht es aber auch um das Gegenteil, nämlich: unterschiedliche Kommunikationsformen zu definieren, die auf die Bedürfnisse der jeweiligen Märkte möglichst perfekt abgestimmt sind. Das ist dann gelebte Diversity, sprich echte Wertschätzung für Unterschiede. Sie ist getragen von dem Wissen, dass es nicht die eine Wahrheit gibt, die für alle passt. Es gibt vielmehr unterschiedliche Erwartungshaltungen und unterschiedliche Kontexte, in denen ein und dieselbe Nachricht ganz unterschiedlich aufgenommen und bewertet wird.

Die Markteinführung eines Roboters etwa, der kleinteilige Arbeiten präziser ausführen kann als ein Mensch – das ist in weiten Teilen der Welt eine gute Nachricht, die für Fortschritt und Wertschöpfung steht. In anderen Teilen hingegen denken die Menschen eher an mögliche Arbeitsplatzverluste und eine bedrohliche Welt, die von Robotern und künstlicher Intelligenz beherrscht wird. Das sind ganz unterschiedliche Erwartungen, die ganz unterschiedlich gemanagt werden müssen.

Und damit sind wir bei Christoph Sieder und bei unserer ABB – einem Unternehmen, das heute in mehr als 100 Ländern der Welt aktiv ist und fast 150000 Beschäftigte hat; einem Unternehmen, das die erwähnten Roboter herstellt, aber auch alles, was man braucht, um elektrische Energie vom Kraft-

werk bis zur Steckdose zu transportieren. Und wenn Sie auf Reisen schon mal einen dieser Adapter für Netzstecker benutzt haben, dann können Sie sich wahrscheinlich vorstellen, was es bedeutet, dieses Geschäft auf der ganzen Welt zu betreiben. Man muss verstehen: Auch wenn im Prinzip überall derselbe Strom aus der Steckdose kommt – um ihn dorthin zu bringen, sind höchst unterschiedliche Technologien, Methoden und Erfahrungen notwendig.

Globale Diversity gehört bei uns also zur Unternehmens-DNA. Und wir sind deshalb froh, dass ein Mann wie Christoph Sieder unsere Kommunikation leitet. Er ist sozusagen der personifizierte Netzstecker-Adapter für die globale Öffentlichkeit. Er sorgt dafür, dass wir überall kommunikativen Anschluss finden, und dafür, dass die Energie fließen kann. Zusammen mit unserem Kommunikationsteam, das übrigens weltweit nicht weniger als 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter umfasst, produziert er dafür jeden Tag massgeschneiderte Reden, Presstexte, Videos, Kampagnen und Events. Aber das bedeutet natürlich nicht, dass es für all diese diversen Kommunikationskanäle und -formen keine einheitliche Strategie gäbe, keinen roten Faden der Methodik, der sich in allem wiederfindet, was die PR-Leute rund um Christoph Sieder auf den Weg bringen.

Faszination als roter Faden der ABB-Kommunikation

Diesen roten Faden gibt es, und er heisst «Faszination». Du selbst, lieber Christoph, hast das Prinzip vor einiger Zeit in einem Beitrag für das in diesem Haus verlegte «pr-magazin» in einem Gastbeitrag erklärt. Dabei hast du dich als eine Art Scheherazade

der Öffentlichkeitsarbeit positioniert. Die berühmten Erzählungen aus Tausendundeiner Nacht, schreibt Christoph da im betreffenden Beitrag, seien ihm stets ein Vorbild für die eigene Arbeit. Denn das Entscheidende daran ist ja: Die Geschichten, die die schöne Scheherazade dem Sultan erzählt, müssen so gut sein, dass er immer sofort eine weitere hören will.

Im richtigen Leben ist es natürlich nicht der Sultan, sondern König Kunde, der uns mit dem Entzug seiner Aufmerksamkeit bestraft, wenn wir ihn mit unseren Geschichten langweilen und ihm nicht den erhofften Mehrwert liefern. Das gilt im Übrigen für B2B genauso wie für B2C. Und es gilt trotz aller vermeintlichen Revolution der Kommunikation durch die Digitalisierung. Denn sie ändert eigentlich nur eines: das Tempo. Das Prinzip Faszination aber ist unverändert geblieben. Für Unternehmen, die hochemotionale Produkte wie Autos oder schicke Mobiltelefone herstellen, ist dieses Prinzip auch nicht allzu schwierig anzuwenden. Aber wie, um Himmels willen, weckt und wahrt man die Faszination für Gleichstromübertragung, für elektrische Verteilnetze oder die Smart-Sensorik von Elektromotoren? Wer das wissen will, kann sich an Christoph wenden. Er entdeckt dann zum Beispiel einen vermeintlichen Nischensport für unsere Marke wie die Formula E. Mit seiner Hilfe erzählen wir, ohne viele Worte, eine komplexe Geschichte, die auf der ganzen Welt verstanden wird: Die Mobilität der Zukunft ist elektrisch.

Sie funktioniert schon heute, sie ist leistungsstark und zuverlässig. Sie macht grossen Spass, und ABB zählt zu den Treibern dieser Technologie. Wir sind engagiert für



Christoph Sieder, ABB-Kommunikationschef und PR-Manager des Jahres, mit ABB-Verwaltungsratspräsident Peter Voser.

die Zukunft. Nicht nur als Sponsor der Rennserie, sondern auch Ausrüster für Aufladestationen, als Ausstatter moderner E-Busse in den Grossstädten, als Ausstatter für E-Trucks und als kompetenter Partner, wenn es etwa darum geht, wie der Strom vom Solardach ins allgemeine Stromnetz kommt.

Aber, meine Damen und Herren, wie Sie ja wissen, ist die Elektrifizierungstechnik vom Kraftwerk bis zur Steckdose nicht das einzige etwas sperrige Geschäftsfeld, auf dem ABB unterwegs ist. Daneben gibt es noch die Themen Automatisierung und Robotik. Auch hier zählen wir zu den Technologietreibern in Sachen Digitalisierung und künstliche Intelligenz. Und auch da gilt: Es gibt Dinge, die sind einfacher zu kommunizieren! Denn natürlich stehen wir mit unserer Nähe zu diesen Themen immer auch im Fokus möglicher Kritik. Insbesondere der befürchtete Verlust von Arbeitsplätzen

durch Automatisierung wird immer wieder mit unseren Produkten in Verbindung gebracht. Dagegen kann und muss man zum einen argumentieren. Denn alle Erfahrung zeigt: Mehr Automatisierung bedeutet nicht unweigerlich mehr Arbeitslosigkeit. Eher im Gegenteil.

Bilder wirksamer als Argumente

Wirksamer aber als rationale Argumente sind zum anderen auch hier faszinierende Bilder und gute Geschichten. Zum Beispiel das Bild unseres zweiarmigen, kollaborativen Roboters YuMi, wie er 2017 das Lucca Philharmonic Orchestra in Pisa dirigiert. Mehrere Dutzend klassische Musikerinnen und Musiker folgen den Anweisungen eines Roboters! Das demonstriert: Das Lernvermögen moderner Roboter ist immens, und sie sind nicht nur dazu da, unser Leben effizienter, einfacher oder praktischer zu machen.

Sie können es auch schöner machen. Wenn auf einmal ein Industrie-roboter in der Welt von Intuition und Gefühl auftaucht, dann bricht das mit eingeübten Sehweisen – und ist möglicherweise ein Anlass, eingefahrene Urteile ins Wanken zu bringen. Solche starken, emotionalen Bilder ins Leben zu rufen, die rund um den Globus verstanden werden – das ist ganz sicher eines der herausragenden Talente des Mannes, den wir heute Abend hier ehren.

Es ist aber auch ganz sicher nicht sein einziges. Denn richtig ist natürlich auch: Um draussen für Faszination zu sorgen, muss es erst einmal gelingen, die eigene Mannschaft mit dem Funken der Begeisterung anzustecken. Und auch das kann Christoph, wie ich aus eigener Erfahrung weiss. Mehr als einmal in den zurückliegenden Jahren waren wir im Aufsichtsrat eher skeptisch, wenn wieder einmal von einem aussergewöhnlichen Vorschlag aus der Öffentlichkeitsarbeit die Rede war. Und mehr als einmal waren wir dann am Ende doch überzeugt, dass es genau die richtige Idee zur richtigen Zeit am richtigen Ort war. Und die Resultate bestätigen das auch. ABB gehört heute zu den wertvollsten Industriemarken.

In der Schweiz etwa sind wir der attraktivste Arbeitgeber für Ingenieurstudentinnen und -studenten – zum zweiten Mal in Folge vor Google. Und unsere ABB hat sich im «Change the World»-Ranking des «Fortune Magazine» Platz acht gesichert. Laut «Fortune» werden mit dieser Liste Unternehmen gewürdigt, die «durch Aktivitäten, die Teil ihrer zentralen Geschäftsstrategie sind, positive Auswirkungen auf die Gesellschaft haben».

Auf all das sind wir bei ABB sehr stolz. Vor allem aber sind wir stolz auf unsere «faszinierende» Kommunikation, ohne die derartige Erfolge völlig undenkbar wären – und ich gratuliere deshalb heute Abend im Namen aller ABB-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter weltweit Christoph Sieder, der diese Faszination immer wieder bei uns selbst weckt, damit wir sie gemeinsam mit den Menschen teilen können. Und ganz so wie bei Scheherazade in Tausendundeiner Nacht sind wir alle schon gespannt, was wohl als Nächstes kommt. □